

KATEGORIA: ŻYWNOSĆ



NAZWA DISPLAYA: CANNES (Mini / Standard)

KLIENT: Mondelez International WTR

WYMIARY: Mini: 630 × 630 × 1400 mm. Standard: 320 × 320 × 1400 mm

MATERIAŁ WYKONANIA:

Konstrukcja z metalu w kolorze szampańskiego złota, stworzona do kilkunastoletniej eksploatacji w duchu gospodarki cyrkularnej. Spełnia rygorystyczne normy marketingowe i europejską normę niepalności B1. Przemysłowa budowa eliminuje konieczność częstych wymian i minimalizuje ślad węglowy POS-a.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Zielona rewolucja w retailu: system 100% wymiennych grafik na foliach magnetycznych i beznarzędziowy montaż półek. Pozwala na błyskawiczny rebranding i zmianę konfiguracji zależnie od marki (Milka, Oreo itd.), co całkowicie eliminuje produkcję odpadów reklamowych przy nowych kampaniach.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Unikalna innowacja na rynku travel retail: konstrukcja certyfikowana pod kątem stabilności na fale morskie (test przechyłów do 15°). Dedykowana dla lotnisk i promów. Połączenie kompaktowych wymiarów z ekstremalnym bezpieczeństwem i bezprecedensową odpornością na intensywne użytkowanie.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Globalny eko-koncept na licencji POSideo wdrożony w Europie, Azji i Amerykach. Modułowość oraz wymienne komponenty tworzą jeden uniwersalny mebel na dekady dla wielu marek Mondelez. Innowacyjne podejście drastycznie redukuje globalne koszty logistyczne i generowanie elektroodpadów.

KATEGORIA: ALKOHOL



NAZWA DISPLAYA: Wyspa produktowa 0% – modułowa ekspozycja napojów

KLIENT: Kompania Piwowarska S.A.

WYMIARY: S: 1185 mm, G: 783,2 mm, W: 172

MATERIAŁ WYKONANIA:

(Trwałość i efekt premium) Wielopoziomowa konstrukcja przeznaczona do ekspozycji dużej liczby produktów. Połączenie pełnych elementów konstrukcyjnych z ażurową siatką nadaje lekkości wizualnej, a podświetlane krawędzie i intensywna kolorystyka wzmacniają widoczność ekspozycji w przestrzeni sklepu.

FUNKCJONALNOŚĆ:

(Ekspozycja 360° i architektura wyboru) Autonomiczna wyspa sprzedażowa wykorzystująca kilka kierunków ekspozycji. Zróżnicowane poziomy półek pozwalają jednocześnie prezentować szeroki asortyment i porządkować produkty wg wariantów. Otwarta konstrukcja zapewnia łatwy dostęp do produktu z kilku stron.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Dominującym elementem jest nadgabarytowy komunikat „0%”, widoczny ponad linią produktów i działający jak silny wizualny „stopper”. Konstrukcja łączy ekspozycję produktu z dużymi powierzchniami komunikacyjnymi – bocznym panelem reklamowym – oraz podświetlanymi elementami zwiększającymi widoczność.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

(Efekt biznesowy i decyzja zakupowa) Display przyciąga uwagę z dystansu, prowadzi klienta do ekspozycji i ułatwia wybór produktu. Komunikat „0%” jest głównym triggerem zakupowym, a czytelna prezentacja wariantów skraca ścieżkę decyzji. Wyspa zwiększa sprzedaż i widoczność marki.

KATEGORIA: PRZEMYSŁ



NAZWA DISPLAYA: Wyspa produktowa Stanley FATMAX

KLIENT: Stanley Black & Decker Polska

WYMIARY: 1800 × 800 × 2100 mm

MATERIAŁ WYKONANIA:

Pancerna, metalowa konstrukcja z siatką, stworzona z myślą o wieloletnim użytkowaniu w trudnym środowisku DIY. Wybór ultra-wytrzymałych surowców gwarantuje długą żywotność POS-a (zrównoważony cykl życia produktu) oraz odporność na uszkodzenia, eliminując potrzebę częstych wymian ekspozycji.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Autonomiczny shop-in-shop. Strefa baterijna to drogowskaz zakupowy prezentujący ekosystem V20 – jedno zasilanie 18 V kompatybilne z narzędziami warsztatowymi i ogrodowymi. Ta architektura decyzji ułatwia wybór, zmniejsza koszty klienta i promuje eko-redukcję elektroodpadów.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Innowacja konstrukcyjna: unikalny system pionowego pozycjonowania pozwala na pełną ekspozycję długich narzędzi przy wysokości tylko 2100 mm i szerokości 800 mm. Dodatkowo dostawa w formie gotowego, spawanego monolitu door-to-door redukuje ślad węglowy logistyki i całkowicie eliminuje montaż.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Eko-efektywna rewolucja Stanley w DIY. Kampania promuje zrównoważone ogrodnictwo akumulatorowe, zastępując tradycyjne półki interaktywną wyspą marki. Edukacja o ekosystemie V20 buduje dożywną lojalność klienta (lock-in effect) wobec marki, optymalizując zysk z powierzchni handlowej.

KATEGORIA: DISPLAY'E KARTONOWE



NAZWA DISPLAYA: BLAST OFF

KLIENT: Skandinavisk Display & POS A/S

WYMIARY: 800 x 1200 x 2300 mm

MATERIAŁ WYKONANIA:

Całość konstrukcji została wykonana z tektury falistej, co czyni ją łatwą w recyklingu i w pełni zgodną z zasadami zrównoważonego rozwoju.

Projekt został zaprojektowany z dużym naciskiem na ekologię, nie tylko pod względem materiału, ale również technologii produkcji.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Ekspozytor wyróżnia się zastosowaniem zaawansowanych rozwiązań interaktywnych zwiększających zaangażowanie konsumenta. Konstrukcja została wyposażona w silniki wibrujące wprawiające produkt -puszki w drżenie, symulujące realistyczne wibracje towarzyszące startowi prawdziwej rakiety.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Dodatkowo zastosowano dynamiczne oświetlenie LED o zmiennej intensywności i kolorystyce, przycisk aktywujący wibracje, efekty startu rakiet, oraz głośniki emitujące dźwięk rakiety i komunikaty promocyjne. Połączenie efektów świetlnych, dźwiękowych i ruchomych tworzy immersyjną doświadczenie.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

. Całość tworzy nowoczesną, spójną i innowacyjną ekspozycję premium.promującą witaminy i suplementy diety.

KATEGORIA: ROZRYWKA



NAZWA DISPLAYA: Strefa gamingowa KKS Lech Poznań
KLIENT: KKS Lech Poznań / Enea Stadion
WYMIARY: 800 x 1000 x 2000 mm
MATERIAŁ WYKONANIA:
Konstrukcja wykonana z płyt MDF lakierowanych i metalu, wykończona sztuczną trawą oraz oświetleniem LED. Display wyposażono w telewizor i konsolę PlayStation 5 oraz elementy z plexi. Całość zaprojektowano z myślą o intensywnej eksploatacji.
FUNKCJONALNOŚĆ:
Interaktywna instalacja gamingowa tworzy przestrzeń do wspólnej zabawy i buduje doświadczenie marki KKS Lech Poznań poprzez aktywne zaangażowanie odwiedzających. Angażuje najmłodszych kibiców przed meczami i podczas wydarzeń, wydłużając czas kontaktu z marką klubu
CECHY SZCZEGÓLNE:
Rzeźbiarska forma nawiązuje do dynamiki stadionu i boiska. Płynna bryła, sztuczna trawa oraz podświetlenie LED tworzą charakterystyczną instalację przyciągającą uwagę z dużej odległości i zachęcającą do interakcji
INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:
Projekt powstał dla strefy rodzinnej Enea Stadionu jako element budowania doświadczeń najmłodszych kibiców. Łączy świat piłki nożnej i gamingu, tworząc atrakcyjne miejsce aktywności oraz wzmacniając pozytywne skojarzenia z marką Lecha Poznań.

KATEGORIA: DISPLAY'E KARTONOWE



NAZWA DISPLAYA: POS SCENT
KLIENT: MSM RETAIL SP. Z O.O.
WYMIARY: 590X390X990
MATERIAŁ WYKONANIA:
KARTON
FUNKCJONALNOŚĆ:
Multisensoryczny display POS łączy atrakcyjną ekspozycję wizualną z aromarketingiem i opcjonalnym audiomarketingiem. Emitowany zapach oraz dźwięk przyciągają uwagę klientów, budując pozytywne skojarzenia z produktem i wspierają decyzje zakupowe
CECHY SZCZEGÓLNE:
Multisensoryczny display łączący atrakcyjną ekspozycję wizualną z aromarketingiem i opcjonalnym audiomarketingiem. Personalizowany pod markę i produkt, dostępny w różnych formatach, z możliwością doboru dedykowanego zapachu i dźwięku.
INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:
Multisensoryczna kampania POS dla marki Kasia, łącząca atrakcyjny display z aromarketingiem i opcjonalnym audiomarketingiem. Zapach świeżych wypieków oraz dźwięk angażują konsumentów, wzmacniają uwagę, emocje i zapamiętywalność marki bezpośrednio w miejscu sprzedaży.

KATEGORIA: NAPOJE



NAZWA DISPLAYA: HORTEX TŁOCZONY
KLIENT: Hortex Sp. z o.o.
WYMIARY: 1200 x 800 x 2000
MATERIAŁ WYKONANIA:
Karton. Zabudowa paletowa Hortex Tłoczony została zaprojektowana jako przestrzenna interpretacja naturalnego procesu powstawania soku – od owoców rosnących na drzewie po tłoczenie.
FUNKCJONALNOŚĆ:
Centralnym elementem projektu jest drzewo jabłoni połączone z motywem drewnianej prasy, z której wypływa sok do powiększonej butelki produktu.
CECHY SZCZEGÓLNE:
Całość łączy naturalny, sadowniczy charakter marki z mocnym efektem ekspozycyjnym na poziomie palety.
INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:
Warstwowa korona z owocami buduje efekt 3D i wzmacnia widoczność ekspozycji w sklepie, a duże packshoty oraz boczne panele produktowe porządkują komunikację i ułatwiają identyfikację wariantów.

KATEGORIA: NAPOJE



NAZWA DISPLAYA: Ekspozycja paletowa Aperol Spritz LATO
KLIENT: CEDC International sp. z o.o.
WYMIARY: 1600x1200x2435
MATERIAŁ WYKONANIA:
Konstrukcja ekspozycji została wykonana z tektury falistej. Zadruk w technologii cyfrowej UV. Ażurowe dekoracje w formie gałęzi z pomarańczami wykonano z zadrukowanej folii PET, logotyp APEROL SPRITZ został precyzyjnie wycięty z PVC.
FUNKCJONALNOŚĆ:
Wielopoziomowy, kaskadowy układ zapewnia wysoką pojemność ekspozycji, łatwy dostęp do produktów oraz ich dobrą widoczność. Topper w formie włoskiego okna z okiennicami oraz grafiki komunikacyjne wzmacniają obecność marki w przestrzeni sprzedaży.
CECHY SZCZEGÓLNE:
Design inspirowany włoskim klimatem. Topper imitujący okiennice, ażurowe gałęzie z pomarańczami tworzą efektowną, wakacyjną scenografię. Intensywna pomarańczowa kolorystyka wzmacnia rozpoznawalność marki i przyciąga uwagę w punkcie sprzedaży.
INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:
Letnia kampania Aperol Spritz odwołuje się do włoskiego stylu życia, spotkań i kultury aperitivo. Ekspozycja przenosi ten charakterystyczny klimat do przestrzeni handlowej, wzmacniając sezonową komunikację marki i jej widoczność w kluczowym okresie sprzedażowym.

KATEGORIA: ALKOHOL



NAZWA DISPLAYA: Ekspozycja GIN LUBUSKI

KLIENT: Henkell Freixenet Polska Sp. z o.o.

WYMIARY: 1200x800x2060

MATERIAŁ WYKONANIA:

Konstrukcja wykonana z tektury falistej z nadrukiem UV. Obrys butelki wykonany z PMMA satynowego, a front i tył z PMMA OPAL z nadrukiem UV oraz wyciemnieniem etykiety i korka. Podświetlenie dwoma paskami LED, umieszczonymi nad i pod etykietą, tworzy efekt rozświetlonego szkła.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Ekspozycja prezentuje trzy warianty Ginu Lubuskiego. Wielopoziomowy układ zapewnia duże zatowarowanie i dostęp do produktów z czterech stron. Kod QR kieruje na stronę marki, a podświetlana butelka w zielonej kolorystyce przyciąga uwagę.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Sercem ekspozycji jest charakterystyczna butelka Ginu Lubuskiego, wiernie odwzorowana wraz z imitacją ryflowań inspirowanych korą drzewa. Ten detal podkreśla naturalny charakter marki, a podświetlenie LED nadaje całości efekt rozświetlonego szkła i wzmacnia siłę ekspozycji.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Kampania POS wspiera rebranding Ginu Lubuskiego i nową identyfikację marki. Centralnym elementem ekspozycji POS jest odwzorowanie odświeżonej butelki, jej kształtu, imitacja charakterystycznej struktury i zielonej kolorystyki. Komunikację uzupełnia hasło „LUB”.

KATEGORIA: DISPLAY'E KARTONOWE



NAZWA DISPLAYA: Ekspozycja WOW SOLARE SPRITZ

KLIENT: Henkell Freixenet Polska Sp. z o.o.

WYMIARY: 1600x1200x2600

MATERIAŁ WYKONANIA:

Ekspozycja wykonana z tektury z nadrukiem UV. Centralnym punktem jest podświetlana grafika z nadrukiem na materiale tekstylnym oraz wypukłe logo wykonane z granatowej plexi. Dodatkowe dekoracje - gałęzie z cytrynami.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Ekspozycja umożliwia duże zatowarowanie i prezentację wszystkich produktów potrzebnych do przygotowania koktajlu w jednej spójnej strefie. Widoczny z obu stron przepis ułatwia przygotowanie drinka i wspiera komunikację produktową.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Charakterystyczne assety marki – motyw markizy, dekoracyjne gałęzie z cytrynami i intensywna żółta kolorystyka – budują śródziemnomorski klimat. Podświetlana grafika i wypukłe logo z granatowej plexi wzmacniają teatralizację ekspozycji i jej premium charakter.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Kampania towarzyszy premierze nowego aperitivo Freixenet Solare Spritz na polskim rynku. Ekspozycja POS buduje scenografię inspirowaną śródziemnomorskim stylem aperitivo. Charakterystyczna markiza, cytrusowe dekoracje i intensywna żółta kolorystyka wzmacniają letni charakter oraz widoczność marki.

KATEGORIA: DESIGN ROKU



NAZWA DISPLAYA: Patio Aperol Spritz

KLIENT: CEDC International sp. z o.o.

WYMIARY: 3000x3000x2800

MATERIAŁ WYKONANIA:

Główne elementy strefy wykonano z tektury falistej z nadrukiem UV. Aranżację uzupełniają podświetlane logo, dekoracyjne girlandy świetlne, naklejka podłogowa z folii monomerycznej z laminatem oraz elementy scenograficzne budujące charakter włoskiego patio.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Strefa została zaprojektowana jako scenograficzna interpretacja włoskiego patio. Drzewko z kaskadą zapewnia duże zatowarowanie, a otwarty układ z wyraźnie zaznaczonym wejściem w postaci bramy prowadzi konsumenta do wnętrza świata Aperol Spritz i zwiększa kontakt z marką.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Projekt wyróżnia teatralizacja przestrzeni sprzedaży: pomarańczowe drzewko, świetlne logo, girlandy, ażurowe pergole, okiennice i naklejka imitująca kamienny bruk tworzą spójną scenografię włoskiego patio i charakterystyczny świat marki Aperol Spritz.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Letnia kampania Aperol Spritz, realizowana w największych sklepach Carrefour w Polsce, przenosi do retailu atmosferę włoskiego aperitivo. Scenografia patio buduje skojarzenia ze spotkaniami i relaksem, tworząc rozpoznawalne doświadczenie marki w punkcie sprzedaży.

KATEGORIA: EKO POS



NAZWA DISPLAYA: Patio Aperol Spritz

KLIENT: CEDC International sp. z o.o.

WYMIARY: 3000x3000x2800

MATERIAŁ WYKONANIA:

Główne elementy strefy wykonano z tektury falistej z nadrukiem UV. Aranżację uzupełniają podświetlane logo, dekoracyjne girlandy świetlne, naklejka podłogowa z folii monomerycznej z laminatem oraz elementy scenograficzne budujące charakter włoskiego patio.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Strefa została zaprojektowana jako scenograficzna interpretacja włoskiego patio. Drzewko z kaskadą zapewnia duże zatowarowanie, a otwarty układ z wyraźnie zaznaczonym wejściem w postaci bramy prowadzi konsumenta do wnętrza świata Aperol Spritz i zwiększa kontakt z marką.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Projekt wyróżnia teatralizacja przestrzeni sprzedaży: pomarańczowe drzewko, świetlne logo, girlandy, ażurowe pergole, okiennice i naklejka imitująca kamienny bruk tworzą spójną scenografię włoskiego patio i charakterystyczny świat marki Aperol Spritz.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Letnia kampania Aperol Spritz, realizowana w największych sklepach Carrefour w Polsce, przenosi do retailu atmosferę włoskiego aperitivo. Scenografia patio buduje skojarzenia ze słońcem, spotkaniami i relaksem, tworząc rozpoznawalne doświadczenie marki w punkcie sprzedaży.

KATEGORIA: FARMACJA



NAZWA DISPLAYA: Ekspozycja Collagen

KLIENT: Eatyx Polska Sp. z o.o.

WYMIARY: 1750 × 850 × 1240 mm

MATERIAŁ WYKONANIA:

Ekspozycja wykonana z tektury i kartonu. W totemach odwzorowujących kształt butelki zastosowano zadruk z efektem metalizy.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Ekspozycja wspiera promocję produktu, zapewnia dużą pojemność i wygodne zatowarowanie. Totem odwzorowujący kształt butelki mocno eksponuje produkt, a duży topper zwiększa widoczność marki i komunikacji z większej odległości.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Ekspozycję wyróżniają duży totem odwzorowujący kształt butelki produktu oraz rozbudowany topper zwiększający widoczność marki. Metalizowane logo i wykończenie podkreślają charakter premium i wzmacniają efekt wizualny całej realizacji.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Kampania wprowadza kolagen Eatyx do retailu w niestandardowej, wielkoformatowej formie POSM. Powiększona butelka staje się głównym nośnikiem komunikacji produktu, wyróżniając markę w kategorii suplementów i przełamując typowy sposób ich prezentacji w punkcie sprzedaży.

KATEGORIA: DISPLAY'E KARTONOWE



NAZWA DISPLAYA: Bar Mionetto

KLIENT: Henkell Freixenet Polska Sp. z o.o.

WYMIARY: 1200x800x1800

MATERIAŁ WYKONANIA:

Konstrukcja wykonana z tektury falistej z zadrukiem. Logo powstało z połączenia plexi i Foam-X. Dekoracyjne kieliszki oraz menu z recepturą koktajlu wykonano z PVC.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Bar Mionetto łączy Prosecco i Aperitivo w jednej strefie zakupowej. Menu z recepturą pokazuje sposób przygotowania Mionetto Spritz, a wizualizacja kieliszka prezentuje gotowy koktajl. Dwupoziomowy układ zapewnia duże zatowarowanie i łatwy dostęp do produktów.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Ekspozycję wyróżnia forma inspirowana włoskim barem z charakterystyczną markizą. Intensywna pomarańczowa kolorystyka, duży kieliszek Spritz i spójna komunikacja marki tworzą rozpoznawalny klimat włoskiego aperitivo.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Kampania prezentuje Mionetto Spritz jako letnią propozycję serwowania, łącząc Prosecco i Aperitivo w jednej spójnej strefie. Bar Mionetto prezentuje składniki, recepturę oraz gotowy koktajl, podkreślając włoski charakter marki i inspirując do przygotowania Spritzu w domu.

KATEGORIA: DISPLAY'E NALADOWE



NAZWA DISPLAYA: Ekspozytor Davidoff

KLIENT: Imperial Tobacco

WYMIARY: 500x120x296mm

MATERIAŁ WYKONANIA:

Ekspozytor z laminowanej płyty MDF, lakierowanej w kolorach RAL 1001 i 9003. Tył z białego HIPS, front zdobiony nadrukiem lateksowym na folii. Logo z czarnego HIPS. Wyposażony w 9 kieszeni PET-G z dopychaczami i ceniówkami oraz podświetlenie LED w profilach aluminiowych.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Schodkowa konstrukcja z podświetleniem LED skutecznie eksponuje produkty i przyciąga uwagę klientów. Estetyka zgodna z identyfikacją marki oraz oryginalna forma nadają ekspozytorowi unikatowy charakter, wzmacniając widoczność marki w punkcie sprzedaży

CECHY SZCZEGÓLNE:

Ekspozytor wykonano z trwałych, wytrzymałych materiałów, co zapewnia jego długą żywotność i możliwość wielokrotnego użytkowania. Oryginalna forma oraz solidna konstrukcja stanowią trwałą alternatywę dla jednorazowych materiałów POS, ograniczając konieczność ich częstej wymiany.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

W związku z wdrożeniem nowego podejścia do ekspozycji marki Davidoff Premium Line na polskim rynku, kampania obejmowała przygotowanie wysokiej jakości materiałów POS. Celem było stworzenie spójnej z identyfikacją wizualną marki, przyciągającej wzrok ekspozycji, podkreślającej jej charakter.

KATEGORIA: KOSMETYKA



NAZWA DISPLAYA: Ekspozytor na kosmetyki LOTON

KLIENT: LOTON Cosmetics sp. z o.o.

WYMIARY: 550x370x2130mm

MATERIAŁ WYKONANIA:

Ekspozytor wykonano z czarnej płyty Mirror Gloss z dopasowanym obrysem. Ranty półek wykonano z PET 1,5 mm oklejonego czarną folią. Górną część zdoobi grafika na folii i przestrzennie podświetlane logo z PMMA. Podświetlenie pod półkami zwiększa widoczność produktów.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Ekspozytor z 4 pojemnymi półkami pełni funkcję prezentacyjną i sprzedażową, umożliwiając atrakcyjną ekspozycję oraz dostęp do pełnego asortymentu. Tworzy dedykowaną strefę marki w sklepie, a kolorystyka standu spójnie nawiązuje do identyfikacji wizualnej marki.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Stand wykonano z czarnej płyty Mirror Gloss, nadającej mu elegancji, nowoczesny wygląd. Spójna z identyfikacją marki grafika podkreśla wyjątkowy charakter serii inspirowanej bursztynem i naturalną pielęgnacją włosów, wzmacniając atrakcyjność ekspozycji.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Celem kampanii jest zwiększenie widoczności i rozpoznawalności linii LOTON Amber Therapy w punktach sprzedaży oraz wyróżnienie marki poprzez atrakcyjną ekspozycję. Ekspozytor ma wzmacniać komunikację marki, podkreślać walory produktów i zachęcić do zapoznania się z ofertą.



NAZWA DISPLAYA: Ekspozytor na butelkę Gentleman Jack – jazz edition

KLIENT: Brown-Forman

WYMIARY: W300 × D180 × H380 mm

MATERIAŁ WYKONANIA:

Ekspozytor wykonany z klejonki bukowej z litego drewna, elementów ze stali nierdzewnej oraz zintegrowanego oświetlenia led. Metalowe talerze tworzą dekoracyjne tło, a podświetlenie wzmacnia ekspozycję butelki.

FUNKCJONALNOŚĆ:

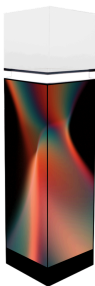
Ekspozytor służy do prezentacji jednej butelki Gentleman Jack. Centralne ustawienie produktu oraz oświetlenie led zwiększają jego widoczność, a konstrukcja sprawdza się jako efektowny element ekspozycyjny w przestrzeni eventowej lub barowej.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Charakterystycznym elementem jest przestrzenna kompozycja talerzy ze stali nierdzewnej inspirowanych płytami winylowymi. Połączenie naturalnego drewna, metalu i ciepłego światła led podkreśla elegancji, premium charakter ekspozycji.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Ekspozytor powstał jako element komunikacji Gentleman Jack nawiązującej do świata jazzu i muzyki. Design łączy elegancję marki z motywami muzycznymi, tworząc spójną oprawę produktu przeznaczoną do wydarzeń specjalnych i aktywacji marki.



NAZWA DISPLAYA: The Cube

KLIENT: Kylie Cosmetics, Wedel, Samsung, L'Oréal, Cinema City

WYMIARY: 320 × 320 × 1440

MATERIAŁ WYKONANIA:

Konstrukcja stalowa, ekran LED

FUNKCJONALNOŚĆ:

Touchpoint zapewnia dedykowaną ekspozycję produktu, zwiększając jego widoczność i postrzeganą wartość. Dynamiczne treści przyciągają uwagę klientów i wydłużają czas kontaktu z komunikatem. Centralne zarządzanie contentem umożliwia spójną komunikację oraz aktualizację treści w czasie rzeczywistym.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Touchpoint eliminuje konieczność stosowania materiałów drukowanych, zapewniając pełną cyfryzację komunikacji. Wyposażony jest we wbudowany player, licencję CMS oraz 12-miesięczną gwarancję. Umożliwia komunikację 360°, zwiększając widoczność przekazu, oraz integrację z innymi urządzeniami. Znajduje

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Dedykowany markom i retailerom, idealny do działań trade marketingowych, premier produktowych oraz kampanii budujących widoczność produktów w przestrzeni handlowej. Znajduje zastosowanie w retailu, beauty, fashion, FMCG, elektronice oraz podczas wydarzeń specjalnych.



NAZWA DISPLAYA: Ekspozytor na rzutniki XGIMI - 3SKU topper

KLIENT: XGIMI Europe

WYMIARY: W700 × D380 × H350 mm

MATERIAŁ WYKONANIA:

Ekspozytor wykonany z płyty meblowej, giętych formatek stalowych lakierowanych proszkowo oraz frezowanego i lakierowanego na mokro MDF-u.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Ekspozytor służy do prezentacji trzech rzutników przenośnych marki XGIMI o różnych funkcjonalnościach i zastosowaniach. Odpowiednią komunikację logo oraz grafiki zapewniają wydruki umieszczone na pochylonych ścianach tworzących plecy ekspozytora. Tuż obok atrapy produktów - przymocowanych do podstawy.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Połączenie wielu różnych materiałów, pastelowe barwy oraz zaokrąglenia narożników tworzą elegancję i nienachalną bazę ekspozycyjną. Cofnięty cokół potęguje wrażenie lekkości konstrukcji. Pomimo braku podświetlenia, specjalna technologia druku uwypukla branding.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Prezentacja najważniejszych cech rzutników z serii Elfin Flip, MoGo4 i Halo+. Atrapy produktów wykonane dokładnie z tych samych materiałów co oryginały. Wzmacnia to pozytywne doznania produktu oferowane przez ekspozycję. Kampania realizowana w drugim kwartale 2026 na terenie Francji.



NAZWA DISPLAYA: Impulse+

KLIENT: Koncept do wdrożenia

WYMIARY: 190 × 320

MATERIAŁ WYKONANIA:

Konstrukcja stalowa, ekran LCD

FUNKCJONALNOŚĆ:

Strefa kas zyskuje punkt komunikacji wspierający sprzedaż impulsową w ostatnich momentach ścieżki zakupowej.

Dynamiczne treści przyciągają uwagę klientów, wzmacniają przekaz promocyjny oraz skracają odczuwalny czas oczekiwania. Synchronizacja z pozostałymi nośnikami zapewnia spójność komunikacji.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Kompaktowa konstrukcja z wbudowanym playerem, licencją CMS i gwarancją sprzętową. Umożliwia centralne zarządzanie treściami i wspiera zakupy impulsowe, stanowiąc ostatni sygnał przed podjęciem decyzji zakupowej. Idealna do lad, kas i stolików w gastronomii.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

-

KATEGORIA: ALKOHOL



NAZWA DISPLAYA: Lech Brand Stand

KLIENT: Kompania Piwowarska S.A.

WYMIARY: 1200 × 800 × 1620

MATERIAŁ WYKONANIA:

Metal, tworzywo sztuczne, elementy podświetlane LED. Konstrukcja łączy metalową bazę z elementami z tworzywa, uzupełnionymi o podświetlenie LED.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Wielopoziomowa konstrukcja umożliwia prezentację różnych wariantów produktów oraz zapewnia łatwy dostęp do nich z kilku stron. Cztery elementy można zestawić w większą wyspę, efektywnie wykorzystując dostępną przestrzeń sprzedażową.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Cztery połączone konstrukcje tworzą efektowną wyspę marki. Kontrast zieleni i niebieskiego podkreśla odrębność Lech i Lech Free, a przestrzenne elementy brandingu oraz podświetlenie LED wzmacniają widoczność i przyciągają uwagę konsumentów.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Modułowa wyspa ekspozycyjna marki Lech i Lech Free, zaprojektowana do wyrazistej prezentacji szerokiego portfolio. Cztery moduły tworzą spójną konstrukcję, która przyciąga uwagę z dużej odległości, zapewnia czytelną ekspozycję produktów i wzmacnia komunikację marki.

KATEGORIA: NAPOJE



NAZWA DISPLAYA: Lech Brand Stand

KLIENT: Kompania Piwowarska S.A.

WYMIARY: 1200 × 800 × 1620

MATERIAŁ WYKONANIA:

Metal, tworzywo sztuczne, elementy podświetlane LED. Konstrukcja łączy metalową bazę z elementami z tworzywa, uzupełnionymi o podświetlenie LED.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Wielopoziomowa konstrukcja umożliwia prezentację różnych wariantów produktów oraz zapewnia łatwy dostęp do nich z kilku stron. Cztery elementy można zestawić w większą wyspę, efektywnie wykorzystując dostępną przestrzeń sprzedażową.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Cztery połączone konstrukcje tworzą efektowną wyspę marki. Kontrast zieleni i niebieskiego podkreśla odrębność Lech i Lech Free, a przestrzenne elementy brandingu oraz podświetlenie LED wzmacniają widoczność i przyciągają uwagę konsumentów.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Modułowa wyspa ekspozycyjna marki Lech i Lech Free, zaprojektowana do wyrazistej prezentacji szerokiego portfolio. Cztery moduły tworzą spójną konstrukcję, która przyciąga uwagę z dużej odległości, zapewnia czytelną ekspozycję produktów i wzmacnia komunikację marki.

KATEGORIA: DESIGN ROKU



NAZWA DISPLAYA: Lech Brand Stand

KLIENT: Kompania Piwowarska S.A.

WYMIARY: 1200 × 800 × 1620

MATERIAŁ WYKONANIA:

Metal, tworzywo sztuczne, elementy podświetlane LED. Konstrukcja łączy metalową bazę z elementami z tworzywa, uzupełnionymi o podświetlenie LED.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Wielopoziomowa konstrukcja umożliwia prezentację różnych wariantów produktów oraz zapewnia łatwy dostęp do nich z kilku stron. Cztery elementy można zestawić w większą wyspę, efektywnie wykorzystując dostępną przestrzeń sprzedażową.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Cztery połączone konstrukcje tworzą efektowną wyspę marki. Kontrast zieleni i niebieskiego podkreśla odrębność Lech i Lech Free, a przestrzenne elementy brandingu oraz podświetlenie LED wzmacniają widoczność i przyciągają uwagę konsumentów.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Modułowa wyspa ekspozycyjna marki Lech i Lech Free, zaprojektowana do wyrazistej prezentacji szerokiego portfolio. Cztery moduły tworzą spójną konstrukcję, która przyciąga uwagę z dużej odległości, zapewnia czytelną ekspozycję produktów i wzmacnia komunikację marki.

KATEGORIA: PETS POS



NAZWA DISPLAYA: Royal Canin AIRLIFT

KLIENT: Royal Canin

WYMIARY: 100x100x250

MATERIAŁ WYKONANIA:

Metal, tworzywo sztuczne, podświetlenie LED z czujnikiem ruchu uruchamiającym dźwięk miauczenia kota.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Pionowa konstrukcja umożliwia ekspozycję kilku wariantów produktu jeden nad drugim, zwiększając pojemność prezentacji bez zajmowania dodatkowej powierzchni półki. Otwarta forma zapewnia dobrą widoczność produktów i łatwy dostęp do każdego wariantu.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Wykorzystanie przestrzeni wertykalnej pozwala wyróżnić produkt ponad standardową linię półki. Transparentne elementy zachowują widoczność opakowań, a czerwony branding i komunikat „NOWOŚĆ” wzmacniają efekt wizualny i przyciągają uwagę.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Dedykowany display zaprojektowany do promocji nowości w portfolio Royal Canin dla kotów seniorów. Konstrukcja wykorzystuje przestrzeń nad półką, tworząc wysoką i dobrze widoczną ekspozycję produktów. Centralne ułożenie puszek oraz wyrazista komunikacja „NOWOŚĆ” wzmacniają widoczność oferty.

KATEGORIA: NAPOJE



NAZWA DISPLAYA: MATEUS Rose - ekspozytor do MT

KLIENT: MV Group Distribution PL Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

WYMIARY: 800 x 600 x 1640 mm

MATERIAŁ WYKONANIA:

Konstrukcję wykonano z giętych profili stalowych 20 × 20 mm, malowanych proszkowo na kolor RAL 4010 oraz półek, footera i 2-ch headerków z blachy. Footer i dwa jednostronne headers są wyklejone folią (naklejką) z nadrukiem cyfrowym. Półki połączono centralną rurą stalową.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Wolnostojący ekspozytor zapewnia dwustronny dostęp do produktów i możliwość obejścia konstrukcji dookoła. Trzy półki o średnicy 565 mm umożliwiają ekspozycję butelek, a regulowane stopki pozwalają wypoziomować stand w przestrzeni sprzedażowej.

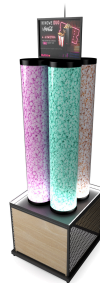
CECHY SZCZEGÓLNE:

Dwa gięte profile tworzą charakterystyczny zarys butelki. Każda z trzech półek została podświetlona taśmą LED COB poprowadzoną po obrysie, a biała folia na jej powierzchni równomiernie rozprasza światło. Całość utrzymano w kolorze RAL 4010.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Ekspozytor powstał jako rozwiązanie wspierające widoczność produktu w przestrzeni retailowej. Wyrazista forma inspirowana kształtem butelki, intensywna kolorystyka i podświetlane półki tworzą rozpoznawalną obecność marki podczas ekspozycji produktu.

KATEGORIA: ŻYWNÓŚĆ



NAZWA DISPLAYA: Gablota ekspozycyjna - POPCORN smakowy

KLIENT: Multikino - Multikino Spółka Akcyjna

WYMIARY: 615 x 555 x 1815 mm (z headerem)

MATERIAŁ WYKONANIA:

Konstrukcję wykonano z profili stalowych 20 × 20 mm, siatki cięto-ciągnionej i blach lakierowanych proszkowo. Uzupełniają ją bejcowana sklejka, cztery transparentne tuby z PMMA oraz elementy z tworzywa sztucznego.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Ekspozytor służy do prezentacji popcornu smakowego. Cztery demontowalne tuby z PMMA umożliwiają łatwą wymianę zatowarowania, a podświetlenie LED zwiększa widoczność i kolorystykę produktu. Regulowane stopki ułatwiają ustawienie standu.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Cztery transparentne tuby z popcornem tworzą centralny element ekspozycji. Podświetlenie LED poprowadzone po obwodzie półki podkreśla produkt, a połączenie metalowej siatki, bejcowanej sklejki i transparentnego PMMA nadaje konstrukcji charakterystyczny wygląd.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Ekspozycja została zaprojektowana do ustawienia w ciągach kolejkowych Multikin w Polsce, aby osoby oczekujące na obsługę mogły zapoznać się z nowością produktową. Stand wspiera premierę popcornu smakowego i trafił do 8 lokalizacji.

KATEGORIA: POS EVENT



NAZWA DISPLAYA: MACALLAN LINE 1) Kolumna duża 2026; 2) Wózek 2026

KLIENT: United Beverages S.A.

WYMIARY: 1) 470 × 965 × 1700 mm; 2) 560 × 1000 × 977 mm

MATERIAŁ WYKONANIA:

1) Materiał wykonania obejmuje metal, PMMA 3 mm oraz pleksi opalową. Profile o Ø12 mm wyposażono w kołnierz, a podstawę oraz górny talerz pomalowano proszkowo. 2) Konstrukcję wykonano z profili i elementów stalowych, blachy, klejonego drewna dębowego oraz sklejki.

FUNKCJONALNOŚĆ:

1) Ekspozytor prezentuje produkt w transparentnej gablocie i doświetla go od góry oraz od podstawy. Dwa paski LED pod kołnierzem wzmacniają efekt wizualny 2) Mobilny wózek umożliwia prezentację produktów na trzech poziomach.

CECHY SZCZEGÓLNE:

1) Ażurowa kolumna z profilem w odcieniu Copper 19 i wyciętym logo The Macallan nadaje ekspozycji elegancki wygląd. 2) Charakter konstrukcji tworzą 47 metalowych prętów o średnicy 8 mm, zaokrąglone elementy z blachy oraz laserowo wycinane logotypy z czerwonym podłożem.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Projekt podkreśla charakter produktów marki premium, wykorzystując podświetlenie, szlachetne wykończenia i spójną kolorystykę nawiązującą do identyfikacji marki. Wózek został przygotowany jako mobilna ekspozycja The Macallan.

KATEGORIA: ALKOHOL



NAZWA DISPLAYA: Jack & Music

KLIENT: Brown-Forman Francja

WYMIARY: 2450x2450x2300

MATERIAŁ WYKONANIA:

Ekspozytor został wykonany w 100% z kartonu, bez użycia tworzyw sztucznych. Jednorodna konstrukcja eliminuje konieczność rozdzielania materiałów po zakończeniu kampanii, dzięki czemu produkt w całości nadaje się do recyklingu i wspiera odpowiedzialne wykorzystanie surowców.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Ekspozytor łączy funkcję sprzedażową z budowaniem doświadczenia marki. Wyrazista identyfikacja, doskonała widoczność produktów i łatwy dostęp do całego asortymentu przyciągają uwagę klientów, zwiększają ich zaangażowanie i skutecznie wspierają sprzedaż.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Ekspozytory wyróżniają się minimalistyczną formą inspirowaną światem muzyki i koncertów. Dominująca czerń, oszczędna typografia oraz wyraziste detale tworzą nowoczesną, premium estetykę, która buduje rozpoznawalność marki i skutecznie przyciąga uwagę w przestrzeni sklepowej.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Kampania przenosi atmosferę koncertu do miejsca sprzedaży. Inspirowane światem muzyki ekspozytory POS budują silną identyfikację marki, przyciągają uwagę klientów i tworzą angażującą strefę zakupową, która wyróżnia się na tle konkurencji.

KATEGORIA: EKO POS



NAZWA DISPLAYA: Jack & Music

KLIENT: Brown-Forman Francja

WYMIARY: 2450x2450x2300

MATERIAŁ WYKONANIA:

Ekspozytor został wykonany w 100% z kartonu, bez użycia tworzyw sztucznych. Jednorodna konstrukcja eliminuje konieczność rozdzielania materiałów po zakończeniu kampanii, dzięki czemu produkt w całości nadaje się do recyklingu i wspiera odpowiedzialne wykorzystanie surowców.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Projekt został zoptymalizowany na każdym etapie – od produkcji po logistykę. Konstrukcja ogranicza zużycie surowców, ułatwia transport i pozwala na szybki montaż bez użycia kleju czy taśm. Po zakończeniu kampanii ekspozytor można ponownie spakować lub od razu przekazać do recyklingu.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Ekspozytory wyróżniają się minimalistyczną formą inspirowaną światem muzyki i koncertów. Dominująca czerń, oszczędna typografia oraz wyraziste detale tworzą nowoczesną, premium estetykę, która buduje rozpoznawalność marki i skutecznie przyciąga uwagę w przestrzeni sklepowej.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Kampania przenosi atmosferę koncertu do miejsca sprzedaży. Inspirowane światem muzyki ekspozytory POS budują silną identyfikację marki, przyciągają uwagę klientów i tworzą angażującą strefę zakupową, która wyróżnia się na tle konkurencji.

KATEGORIA: KOSMETYKA



NAZWA DISPLAYA: Toaleta Ambi Pur

KLIENT: Ambi Pur/P&G/Paragon Global Brands

WYMIARY: 500x400x1200

MATERIAŁ WYKONANIA:

Do wykonania opakowania wykorzystano fakturę falistą w profilach B i BC oraz karton GC2. Dobór materiałów został dostosowany do wymagań konstrukcyjnych i funkcjonalnych, zapewniając odpowiednią wytrzymałość, wysoką jakość nadruku oraz estetyczne wykończenie gotowego produktu.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Stojak ekspozycyjny przeznaczono do prezentacji odświeżaczy do toalet Ambi Pur oraz kostek i wkładów zapachowych. Konstrukcja zapewnia czytelną ekspozycję produktów, łatwy dostęp dla klientów oraz efektywne wykorzystanie przestrzeni sprzedażowej, wspierając atrakcyjną prezentację marki.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Nietypowa konstrukcja wiernie odzwierciedla zabudowę toaletową z misą WC i spłuczką, bezpośrednio nawiązując do zastosowania prezentowanych produktów. Forma ekspozytora skutecznie przyciąga uwagę, wzmacnia przekaz marketingowy i zwiększa rozpoznawalność marki w miejscu sprzedaży.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Ekspozytor powstał na potrzeby kampanii Toilet Ambi Pur, zrealizowanej w nakładzie 180 sztuk. Konstrukcja w formie zabudowy toaletowej została zaprojektowana tak, aby skutecznie przyciągać uwagę klientów i jednoznacznie wskazywać przeznaczenie oraz zastosowanie prezentowanych produktów.

KATEGORIA: DISPLAY'E KARTONOWE



NAZWA DISPLAYA: Toaleta Ambi Pur

KLIENT: Ambi Pur/P&G/Paragon Global Brands

WYMIARY: 500x400x1200

MATERIAŁ WYKONANIA:

Do wykonania opakowania wykorzystano fakturę falistą w profilach B i BC oraz karton GC2. Dobór materiałów został dostosowany do wymagań konstrukcyjnych i funkcjonalnych, zapewniając odpowiednią wytrzymałość, wysoką jakość nadruku oraz estetyczne wykończenie gotowego produktu.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Stojak ekspozycyjny przeznaczono do prezentacji odświeżaczy do toalet Ambi Pur oraz kostek i wkładów zapachowych. Konstrukcja zapewnia czytelną ekspozycję produktów, łatwy dostęp dla klientów oraz efektywne wykorzystanie przestrzeni sprzedażowej, wspierając atrakcyjną prezentację marki.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Nietypowa konstrukcja wiernie odzwierciedla zabudowę toaletową z misą WC i spłuczką, bezpośrednio nawiązując do zastosowania prezentowanych produktów. Forma ekspozytora skutecznie przyciąga uwagę, wzmacnia przekaz marketingowy i zwiększa rozpoznawalność marki w miejscu sprzedaży.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Ekspozytor powstał na potrzeby kampanii Toilet Ambi Pur, zrealizowanej w nakładzie 180 sztuk. Konstrukcja w formie zabudowy toaletowej została zaprojektowana tak, aby skutecznie przyciągać uwagę klientów i jednoznacznie wskazywać przeznaczenie oraz zastosowanie prezentowanych produktów.

KATEGORIA: PRZEMYSŁ



NAZWA DISPLAYA: Perlux Sakura

KLIENT: Lakma Strefa Sp. z o. o.

WYMIARY: 800x450x2000

MATERIAŁ WYKONANIA:

termoformowany, trwały materiał dopasowany do kształtu butelek, zintegrowane podświetlenie LED oraz funkcjonalne cenówki zapewniające czytelną komunikację oferty

FUNKCJONALNOŚĆ:

Stand zapewnia uporządkowaną i wielopoziomową ekspozycję produktów, umożliwiając efektywne wykorzystanie przestrzeni sprzedażowej. Stabilne półki z miejscem na cenówki ułatwiają prezentację i uzupełnianie asortymentu, a podświetlenie LED dodatkowo eksponuje produkty.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Stand wyróżnia się formą inspirowaną opakowaniem produktu, która tworzy silny efekt wizualny i natychmiast przyciąga uwagę. Charakterystyczny motyw Sakura, intensywna kolorystyka oraz zintegrowane podświetlenie LED budują wyjątkową, premium ekspozycję marki.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Kampania Perlux Sakura wykorzystuje charakterystyczny kształt butelki jako bazę efektownej ekspozycji, tworząc wyjątkową i spójną przestrzeń dla produktu. Intensywna kolorystyka, motyw kwiatu Sakura oraz podświetlenie LED zwiększają widoczność marki i skutecznie przyciągają uwagę konsumentów.

KATEGORIA: DESIGN ROKU



NAZWA DISPLAYA: **Wózek Fanta Halloween**
KLIENT: Coca-Cola HBC Polska Sp. z o.o.
WYMIARY: Szerokość 800mm, Długość 1500mm, Wysokość 2030mm
MATERIAŁ WYKONANIA:
Płyta Mdf, druk na materiale pcv, podświetlenie LED
FUNKCJONALNOŚĆ:
Wielopoziomowa ekspozycja zapewnia wysoką widoczność produktów oraz łatwy dostęp z kilku stron. Konstrukcja pozwala na prezentację dużej liczby opakowań, a zintegrowane oświetlenie Led wzmacnia efekt wizualny i wyróżnia stand w przestrzeni sprzedażowej.
CECHY SZCZEGÓLNE:
Niestandardowa konstrukcja z Mdf, inspirowana mobilnym wózkiem, łączy funkcję ekspozycyjną ze scenografią Halloween. Charakterystyczne kształty, intensywna kolorystyka, przestrzenne detale i listwy LED tworzą wyrazisty, rozpoznawalny świat marki Fanta.
INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:
Stand powstał na potrzeby halloweenowej kampanii Fanta. Jego zadaniem było przeniesienie charakterystycznego świata marki do przestrzeni retail, zwiększenie widoczności produktu oraz zaangażowanie konsumentów poprzez efektowną, wpisującą się w klimat Halloween formę ekspozycji.

KATEGORIA: NAPOJE



NAZWA DISPLAYA: **Fuzetea Made on Fusion**
KLIENT: Coca-Cola / Fuze Tea
WYMIARY: 1200 × 900 × 2150
MATERIAŁ WYKONANIA:
Stand wykonano z lakierowanej metalowej konstrukcji w zieleni Fuze Tea, z elementami drewnopodobnymi i dekoracjami 3D. Wielopoziomowe półki eksponują produkty, a owoce, liście i logotypy wzmacniają branding. Całość uzupełniają obracający się balon i podświetlenie LED.
FUNKCJONALNOŚĆ:
Wielostronna konstrukcja pozwala prezentować dużą liczbę produktów i zapewnia łatwy dostęp z kilku stron. Rotujący balon oraz podświetlenia zwiększają widoczność standu i przyciągają uwagę, łącząc ekspozycję produktów z mocną komunikacją marki.
CECHY SZCZEGÓLNE:
Połączenie przestrzennego brandingu, ruchu i światła nadaje standowi dynamiczny charakter. Obracający się balon i podświetlenia wzmacniają ekspozycję, a duże owoce, liście i drewniane detale podkreślają naturalny, świeży charakter marki.
INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:
Koncepcja nawiązuje do świata Fuze Tea, łączącego herbatę, owoce i naturalne składniki. Truskawki, cytrusy, liście oraz intensywnie zielone komunikują świeżość i różnorodność smaków. Ruchomy balon oraz światło nadają ekspozycji lekkości i energii, tworząc wyrazisty punkt marki w przestrzeni sprzedażowej.

KATEGORIA: KIDS



NAZWA DISPLAYA: **Gerber Shop-in-Shop**
KLIENT: Nestlé Polska S.A.
WYMIARY: 1220x820x1650 mm; naklejka 2000x2000 mm
MATERIAŁ WYKONANIA:
Tektura i karton.
FUNKCJONALNOŚĆ:
Ekspozycja łącząca funkcję, widoczność i storytelling. 360° dostęp do produktu. Duża pojemność ekspozycyjna, dwustronne wykorzystanie konstrukcji w różnych układach sklepowej przestrzeni. Spójne elementy narracyjne tj. motyw spaceru i odkrywania świata zostały przeniesione na całą konstrukcję.
CECHY SZCZEGÓLNE:
Shop-in-shopy zostały wdrożone w sieciach handlowych o różnych formatach i specyfice przestrzeni. Dzięki temu ta sama idea kreatywna została przełożona na różne środowiska sprzedażowe, zachowując swoją rozpoznawalność, ale jednocześnie pracując w odmiennych warunkach sklepowych.
INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:
Kampania ma omnichannelowy charakter – komunikacja kampanii została przeniesiona z digitalu i DOOH bezpośrednio do przestrzeni retail. W sklepach pojawiły się nie tylko produkty, ale cała konsekwentnie zaprojektowana przestrzeń Gerber, która tworzy trójwymiarową scenografię.

KATEGORIA: DISPLAY'E NALADOWE



NAZWA DISPLAYA: **PLOOM TRIAL KIT**
KLIENT: JTI Polska
WYMIARY: 290 x 190 x 60 mm
MATERIAŁ WYKONANIA:
Walizka prezentacyjna wykonana z certyfikowanych materiałów ognioodpornych łącząca płyty MDF i HDF. Wnętrze z czarną pianką EVA elegancko eksponuje zawartość, a matowy lakier podkreśla premiumowy wygląd i wysoką jakość wykonania.
FUNKCJONALNOŚĆ:
Przemysłany układ wnętrza umożliwia uporządkowaną prezentację wszystkich wariantów produktów. Otwierana konstrukcja zapewnia łatwy dostęp do próbek i urządzenia, a kompaktowa forma sprawdza się podczas aktywacji, eventów i działań poza stałą ekspozycją.
CECHY SZCZEGÓLNE:
Ploom Trial Kit wyróżnia się premium formą inspirowaną designem Ploom AURA. Dwupoziomowa ekspozycja, frezowane gniazda i miejsce na urządzenie tworzą spójne doświadczenie. Wysokiej jakości materiały, matowe wykończenie i detale podkreślają nowoczesny, prestiżowy charakter marki.
INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:
Ploom Trial Kit to mobilne doświadczenie marki Ploom, stworzone z myślą o bezpośrednim i angażującym kontakcie z konsumentem. Łączy prezentację portfolio z możliwością przetestowania wkładów EVO i LYO w urządzeniu Ploom AURA, przenosząc premium doświadczenie marki poza standardową przestrzeń POS.



NAZWA DISPLAYA: Corona Zero Chill Zone

KLIENT: CC HBC

WYMIARY: Strefa eventowa modułowa (różne konfiguracje i powierzchnie)

MATERIAŁ WYKONANIA:

Strefa została zaprojektowana jako modułowa przestrzeń wypoczynkowo-eventowa inspirowana naturalnym charakterem marki Corona. Drewno, tkaniny w kolorach natury i marki, strefy relaksu, bar, dekoracje, gry oraz brama wejściowa tworzyły elastyczną aranżację, częściowo podświetlaną LED.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Strefa pełniła funkcję przestrzeni relaksu, spotkań i integracji uczestników. Modułowa konstrukcja ułatwiała transport, montaż oraz dostosowanie układu do warunków i liczby gości. Elementy mogły działać samodzielnie lub tworzyć spójną, rozbudowaną strefę marki.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Znakiem rozpoznawczym strefy była wielkoformatowa mandala inspirowana słońcem – dominanta wizualna i punkt spotkań gości. Naturalne dekoracje, roślinność, jutowe liny, drewno i girlandy tworzyły spójną przestrzeń wpisującą się w filozofię marki Corona i bliskość natury.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Projekt wykorzystywano podczas wydarzeń wewnętrznych i największych aktywacji konsumenckich, m.in. Nowe Horyzonty we Wrocławiu, Sunset Square w Gdyni i Hel Riders. Celem było stworzenie miejsca sprzyjającego relaksowi i budowaniu doświadczeń z marką, z możliwością adaptacji do różnych lokalizacji.